

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN  
PADA BENGKEL MOTOR CONDONG KOAR-KOAR  
DI GEDANGAN SIDOARJO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran”  
Jawa timur



Oleh :

MAULANA MUHAMMAD RUDINI

NPM. 1042010008

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA

2014

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN  
PADA BENGKEL MOTOR CONDONG KOAR-KOAR  
DI GEDANGAN SIDOARJO

Disusun oleh :

MAULANA MUHAMMAD RUDINI  
NPM. 1042010008

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada tanggal 23 Juni 2014

Pembimbing Utama

Tim Penguji

1. Ketua

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si.  
NIP. 196805011994032001

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si  
NIP. 196805011994032001

2. Sekretaris

Dr. Jojok D.S . Sos.M Si  
NPT. 370119500421

3. Anggota

Susi Hariyawati, S.Sos, M Si  
NIP. 196402151991032001

Megetahui,  
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si.  
NIP. 1955907181983022001

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN  
PADA BENGKEL MOTOR CONDONG KOAR-KOAR  
DI GEDANGAN SIDOARJO

Disusun Oleh :

MAULANA MUHAMMAD RUDINI  
NPM. 1042010008

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,  
Pembimbing Utama

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si  
NIP. 196805011994032001

Mengetahui Dekan,

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si  
NIP. 1955907181983022001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat serta karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulisan Skripsi dengan judul penelitian “Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Motor Condong Koar – Koar di Gedangan Sidoarjo“ ini dapat diselesaikan dengan baik. Selain itu merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana strata satu ( S1 ) di Program Studi Ilmu, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jawa Timur.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

Ibu Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si. selaku pembimbing utama yang memiliki empati dan memberikan pengarahan pada penulis, serta sebagai dosen wali penulis yang selalu memberikan semangat, motivasi dan saran dalam langkah studi.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran. Karena itu, penulis bermaksud menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Ibu Dra. Lia Nirawati M.Si, selaku ketua program studi Ilmu Administrasi bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

3. Ibu Dra. Siti Ning Farida M.Si., selaku Sekretaris program studi ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Dan seluruh dosen jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat.
4. Orang tua, dan kakak yang telah memberikan dukungan pada penulis selama ini.
5. Dan teman-teman seperjuangan angkatan 2010 di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis UPN atas segala bantuan dan partisipasinya kepada penulis selama ini.

Dalam penyusunan Skripsi ini penulis sadar bahwa kesempurnaan hanya milik Sang Khalik sehingga, penulis senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima saran maupun kritik yang tentunya bersifat membangun.

Besar harapan penulis bahwa skripsi ini akan dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya terutama untuk meningkatkan pengetahuan bagi pribadi penulis. Dan sebagai suatu bentuk sumbangan penulis bagi dunia pendidikan. Semoga Allah SWT memberikan petunjuk bagi kita semua. Amin.

Surabaya,      Juni 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABTRAKSI .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	9

2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	9
2.2.1.2 Konsep Pemasaran .....	10
2.2.1.3 Pengertian Pemasaran .....	12
2.2.1.4 Pengertian Bauran Pemasaran .....	13
2.2.1.5 Strategi Pemasaran .....	15
2.2.2 Jasa .....	16
2.2.2.1 Pengertian Jasa .....	16
2.2.2.2 Ciri-ciri Jasa .....	18
2.2.2.3 Klasifikasi Pemasaran Jasa .....	19
2.2.2.4 Sifat-sifat khusus Pemasaran Jasa .....	20
2.2.3 Loyalitas .....	23
2.2.3.1 Definisi Loyalitas Pelanggan .....	23
2.2.3.2 Tahapan Loyalitas .....	27
2.2.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas	
Pelanggan .....	28

2.2.4 Kepuasan .....	30
2.2.4.1 Pengertian Kepuasan .....	30
2.2.4.2 Pengukuran Kepuasan .....	34
2.2.5 Kualitas Jasa .....	39
2.2.5.1 Dimensi Kualitas Jasa .....	43
2.2.6 Citra .....	44
2.2.7 Rintangan Untuk berpindah .....	46
2.3 Kerangka Berpikir .....	47
2.4 Hipotesis .....	49

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	51
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	55
3.2.1 Populasi .....	55
3.2.2 Sampel .....	56
3.2.3 Teknik Penarikan Sampel .....	57
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.3.1 Jenis Data .....	58



3.3.2 Sumber Data .....	58
3.3.3 Metode Pengumpulan Data .....	58
3.4 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	59
3.4.1 Uji Validitas .....	59
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	59
3.4.3 Teknik Analisis Data .....	61
3.4.3.1 Analisis Pengujian Asumsi Klasik .....	61
3.4.3.2 Metode Analisis Regresi Linier Berganda .....	63
3.4.4 Uji Hipotesis .....	64
3.4.4.1 Pengujian Secara Simultan (Uji F) .....	63
3.4.2.2 Uji t (Uji Parsial) .....	66
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian .....	69
4.1.1 Sejarah singkat Perusahaan .....	69
4.1.2 Lokasi Perusahaan .....	71
4.2 Penyajian Data .....	71
4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	71

4.2.2 Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	
(X1) .....	74
4.2.3 Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Kualitas Jasa (X2)	
.....	74
4.2.4 Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Citra (X3) .....	76
4.2.5 Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Rintangan untuk	
Berpindah (X4) .....	76
4.2.6 Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Loyalitas (Y) .....	77
4.3 Pengujian Validitas dan Realibilitas Data .....	78
4.3.1 Pengujian Validitas .....	78
4.3.2 Pengujian Reliabilitas .....	80
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	81
4.4.1 Autokorelasi .....	81
4.4.2 Multikolinieritas .....	82
4.4.3 Heteroskedastisitas .....	82
4.5 Pengujian Hipotesis .....	83
4.5.1 koefisien Determinasi .....	85

4.5.2 Uji F ( Simultan ) .....	86
4.5.3 Uji t ( Uji Parsial ) .....	88
4.6 Pembahasan .....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan .....	99
5.2 Saran .....	100
DAFTAR PUSTAKA .....	101

# FACTORS AFFECTING THE MOTOR WORKSHOP ON CUSTOMER LOYALTY CONDONG KOAR-KOAR IN GEDANGAN SIDOARJO

MAULANA MUHAMMAD RUDINI

## ABSTRACT

Role motorcycle repair and modification of the engine known as servicing and modification services to its motors. Each workshop and modifications provide distinct advantages in the services offered as well as support facilities in order to become loyal customers. Customer loyalty has a role in a company, keeping customers means increasing performance and financial viability of the company. This is the main reason for a company to attract and retain customers. This study aims to determine the effect of customer satisfaction, service quality, image and obstacles to move simultaneously and partially on customer loyalty.

The population in this study are customers or users who use the services of a workshop in January 2014. Sampling taken using purposive sampling technique. The analysis technique used is multiple linear regression analysis techniques.

The results prove that simultaneous analysis of customer satisfaction, service quality, image and obstacles to move a significant effect on loyalty as the dependent variable. It can be seen from the comparison of the  $F_{\text{value}}$  is greater than the  $F_{\text{table}}$ . Partially independent variable among customer satisfaction, service quality, and barriers to switching partial effect on customer loyalty proven true. It is evident that from the variable  $t_{\text{count}}$  greater satisfaction than  $t_{\text{table}}$ , variable quality of service is greater than the gain of  $t_{\text{table}}$ , Variable barriers to switching gain of  $t$  greater than  $t_{\text{table}}$ . For variable partial image does not affect the loyalty it can be seen that to obtain the image of the variable of  $t$  smaller than  $t_{\text{table}}$ .

Keywords: Customer satisfaction, service quality, image, Barriers to Switching and Customer Loyalty

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN  
PADA BENGKEL MOTOR CONDONG KOAR-KOAR  
DI GEDANGAN SIDOARJO

MAULANA MUHAMMAD RUDINI

ABSTRAKSI

Peranan bengkel motor dan modifikasi mesin motor dikenal dengan layanan jasa servis dan modifikasi motor kepada penggunanya. Tiap bengkel dan modifikasi memberikan kelebihan-kelebihan tersendiri pada jasa yang ditawarkan begitu juga fasilitas pendukung agar pelanggan menjadi loyal. Loyalitas pelanggan memiliki peran dalam sebuah perusahaan, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan, kualitas jasa, citra dan rintangan untuk berpindah secara simultan dan parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau pengguna yang memakai jasa bengkel pada bulan Januari 2014. Sampling diambil menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis membuktikan bahwa secara simultan kepuasan pelanggan, kualitas jasa, citra dan rintangan untuk berpindah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas sebagai variabel terikat. Hal ini dapat dilihat dari perbandingan hasil  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$ . Secara parsial diantara variabel independen variabel kepuasan pelanggan, kualitas jasa, dan rintangan untuk berpindah berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan terbukti kebenarannya. Hal ini terbukti bahwa dari nilai  $t_{hitung}$  variabel kepuasan lebih besar dari  $t_{tabel}$ , Variabel kualitas jasa memperoleh  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , Variabel rintangan untuk berpindah memperoleh  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Untuk variabel citra secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas hal ini dapat dilihat bahwa untuk variabel citra memperoleh  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$ .

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Jasa, Citra, Rintangan untuk Berpindah dan Loyalitas Pelanggan

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Saat ini banyak industri yang saling bersaing untuk memperebutkan pasar pelanggan. Persaingan yang terjadi tidak hanya dengan perusahaan-perusahaan dalam industrinya, tapi juga dengan perusahaan-perusahaan dalam industri lain yang memproduksi jasa atau produk alternatif. Produk atau jasa yang memiliki bentuk berbeda, tapi menawarkan fungsi utilitas atau manfaat yang sama. Produk atau jasa yang memiliki fungsi dan bentuk berbeda, tapi tujuan sama. Hal-hal tersebut merupakan pengganti bagi satu sama lain. Untuk itu, perusahaan dituntut mampu memupuk keunggulan kompetitifnya masing – masing melalui upaya – upaya kreatif, inovatif serta efisien sehingga menjadi pilihan dari banyak pelanggan yang pada akhirnya akan menciptakan penjualan dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Loyalitas pelanggan memiliki peran dalam sebuah perusahaan, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Persaingan yang umumnya terjadi adalah persaingan harga, pemberian fasilitas-fasilitas tambahan, pemberian pelayanan, dan lain-lain sebagainya. Persaingan tersebut juga terjadi dalam dunia bisnis bengkel dan jasa cuci mobil dan motor

Belakangan ini perkembangan bisnis bengkel dan jasa cuci mobil dan motor makin terbuka lebar seiring terus bertumbuhnya jumlah kendaraan di negeri ini. Peluang itu tentunya tidak disia-siakan bagi mereka yang ingin terjun dalam bisnis ini.

Setiap perusahaan berusaha agar jasa yang ditawarkan baik tujuan dan sasaran perusahaan dapat tercapai. Agar suatu jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen dapat mencapai keberhasilan dan sukses menciptakan serta mempertahankan kepuasan sekaligus mengupayakan agar menjadi konsumen yang loyal pada suatu jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan memperkuat ikatan dengan pelanggan mampu menciptakan kepercayaan yang merupakan langkah pertama yang penting dalam menumbuhkan loyalitas pelanggan.

Loyalitas yaitu kesetiaan pelanggan terhadap suatu objek. Untuk dianggap benar-benar loyal dalam menggunakan jasa bisnis bengkel dan jasa cuci motor dan mobil, maka pelanggan harus tetap memakai jasa tersebut pada waktu yang akan datang. Pelanggan yang benar – benar loyal menolak pesaing dan memakai kembali jasa dari perusahaan yang sama kapan saja saat dibutuhkan. Sedangkan faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa bisnis Bengkel Motor Condong Koar – Koar Di Gedangan Sidoarjo yaitu Kepuasan Pelanggan diperlukan bagi kesuksesan bisnis, tetapi kepuasan pelanggan saja tidak cukup untuk membangun atau membentuk pelanggan yang loyal dalam memakai jasa bisnis Bengkel Motor Condong Koar –Koar Di Gedangan Sidoarjo. Bila

pelanggan merasa puas, mereka akan kembali lagi menggunakan jasa tersebut dan lebih sering. Dengan kata lain tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi belum tentu menghasilkan pembelian berulang dan meningkatkan penjualan. Salah satu faktor yang penting yang dapat membuat pelanggan puas adalah kualitas jasa, karena jasa yang berkualitas rendah akan menanggung resiko pelanggan tidak setia. Dalam hal ini jasa bisnis Bengkel Motor Condong Koar –Koar Di Gedangan Sidoarjo berusaha memberikan tarif yang murah tanpa mempengaruhi kualitas yang diberikan.

Kemampuan menjaga kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa bisnis Bengkel Motor Condong Koar –Koar Di Gedangan Sidoarjo atau bahkan memenangkan suatu persaingan tergantung pada citra produk yang melekat dipikiran pelanggan. Dengan citra yang positif akan memberikan arti baik terhadap jasa yang diberikan perusahaan tersebut dan seterusnya dapat meningkatkan jumlah pendapatan. Sebaliknya pendapatan suatu perusahaan akan jatuh atau mengalami kerugian jika citranya dipandang negatif oleh masyarakat. Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa bisnis Bengkel Motor Condong Koar – Koar Di Gedangan Sidoarjo yaitu besar kecilnya rintangan untuk berpindah akan membuat pelanggan menjadi loyal.

Bisnis bengkel motor pada dasarnya adalah pelanggan jasa servis dan modifikasi motor yang menyediakan jasa pelayanan jasa servis dan modifikasi motor kepada penggunaanya. Dengan adanya fenomena dalam dunia bisnis bengkel dan modifikasi motor yang menawarkan jasa servis



yang dibutuhkan dalam perbaikan dan pemeliharaan motor. Dalam hal ini untuk menghadapi kompetisi yang cenderung semakin keras, maka bisnis bengkel motor harus jeli menyusun atau membuat strategi pemasaran yang bertolak ukur mengacu pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, dimana kedua hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Bisnis Bengkel Motor Condong Koar –Koar Di Gedangan Sidoarjo merupakan salah satu bengkel dan modifikasi motor di kecamatan Gedangan Sidoarjo yang memberikan akses pelayanan kepada pelanggan, kenyamanan dan keramahan karyawan. Hal-hal tersebut merupakan sebagian kecil dari layanan yang diberikan bisnis bengkel dan modifikasi mesin motor kepada pelanggan.

Fenomena yang terjadi pada saat ini di bisnis bengkel dan modifikasi mesin motor tidak terlepas dari permasalahan yang berhubungan dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini dapat diketahui dari jumlah pelanggan yang memakai jasa bengkel tersebut dalam bulan Januari sampai Maret di tahun 2014. Pada bulan Januari jumlah pelanggan yang memakai jasa bengkel dan modifikasi mesin motor 384 pelanggan, bulan Februari 316 pelanggan, bulan Maret 330 pelanggan (Sumber : diolah )

BULAN	JUMLAH PELANGGAN
JANUARI	384
FEBRUARI	316
MARET	330

Sumber : Bengkel Motor Condong Koar – Koar Di Gedangan  
Sidoarjo (data diolah)

Data pelanggan diambil pada bulan Januari – Maret karena pada pergantian bulan ini terjadi perbaikan atau renovasi pada ruangan bengkel sehingga jumlah pelanggan yang datang ke Bengkel Motor Condong Koar – Koar Di Gedangan Sidoarjo antara bulan Januari – Maret mengalami penurunan. Pelanggan yang benar – benar loyal akan datang kembali meskipun terjadi perbaikan yang menyebabkan kebisingan atau ketidaknyamanan dalam proses melakukan servis.

Beberapa masalah yang dikeluhkan oleh para pelanggan ini diperoleh dari kotak saran dan keluhan langsung dari pelanggan. Banyaknya keluhan dari pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Bengkel Motor Condong Koar - Koar. Dari berbagai macam masalah keluhan dari pelanggan, terdapat beberapa hal yang banyak dikeluhkan oleh pelanggan berkaitan dengan kualitas layanan di Bengkel Motor Condong Koar - Koar Di Gedangan Sidoarjo, antara lain :

1. Rusaknya fasilitas pendukung ( Ruang tunggu ) membuat pelanggan gerah dan tidak dapat menikmati suasana atau lingkungan bengkel
2. Kecepatan hasil pelayanan servis yang agak lama dirasakan oleh pelanggan merasa kecewa
3. Ruangan yang panas dan kebersihan yang tidak dijaga dirasakan oleh pelanggan semakin mengurangi kenyamanan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini mengambil judul “ Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Motor Condong Koar – Koar Di Gedangan Sidoarjo .

## 1.2 Perumusan Masalah

1. Secara simultan apakah kepuasan pelanggan, kualitas jasa, citra dan rintangan untuk berpindah mempengaruhi Loyalitas pelanggan pada Bengkel Motor Condong Koar – Koar Di Gedangan Sidoarjo ?
2. Secara parsial apakah kepuasan pelanggan, kualitas jasa, citra dan rintangan untuk berpindah mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Bengkel Motor Condong Koar – Koar Di Gedangan Sidoarjo ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan, kualitas jasa, citra dan rintangan untuk berpindah secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Motor Condong Koar – Koar Di Gedangan Sidoarjo.
2. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan, kualitas kerja, citra dan rintangan untuk berpindah secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Motor Condong Koar – Koar Di Gedangan Sidoarjo.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### 1. Manfaat Teoritis

Memberikan bukti secara empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam melakukan pemakaian suatu jasa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis pada pengembangan teori pemasaran khususnya teori dalam pemasaran jasa.

##### 2. Manfaat praktis

###### a. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan informasi tambahan bagi pengusaha bengkel dalam menjalankan perencanaan dan pengambilan keputusan terhadap strategi pemasaran jasa pada masa akan datang.

###### b. Referensi penelitian yang akan datang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan dapat digunakan sebagai dasar pemikiran khususnya yang berminat melakukan penelitian selanjutnya dibidang pemasaran.